

Nom de domaine : comment le choisir et l'enregistrer ?



© 2020 Les Echos Publishing

Choisir un nom de domaine

Un nom de domaine est composé d'un radical qui doit être facilement mémorisable et en lien avec l'entreprise, ainsi que d'une extension sélectionnée selon la stratégie commerciale adoptée.

Choisir un radical

Élément déterminant du nom de domaine, le radical doit être simple et facilement mémorisable par les internautes. En outre, il doit avoir un lien direct avec l'entreprise. On pourra ainsi reprendre son nom, celui de son créateur ou encore évoquer ses activités, ses savoir-faire ou ses valeurs. Il est possible de créer de toutes pièces un radical, mais il ne faut pas oublier qu'il existe dans l'entreprise un certain nombre d'appellations qui peuvent évidemment être choisies comme nom de domaine. Il en est ainsi des noms commerciaux et des marques.

En pratique : un nom de domaine doit comporter entre 2 et 63 caractères. Les caractères admis sont les lettres de l'alphabet latin, les chiffres et le signe « - » (excepté lorsqu'il est placé au début ou à la fin du radical). Les

espaces, les signes de ponctuation et les caractères spéciaux ne peuvent pas être utilisés.

Choisir une extension

Une fois le radical trouvé, l'entreprise doit alors opter pour une extension. Il en existe plusieurs centaines. Ces extensions peuvent être regroupées en trois grandes catégories :

– les extensions nationales : il s'agit, par exemple de l'extension en .fr, qui pourra être attribuée à toute entreprise ayant une existence légale en France ou dans un autres pays de l'Union européenne ou encore en Suisse. Chaque pays dispose de sa propre extention géographique ;

– les extensions génériques internationales : il s'agit notamment des .com, qui sont généralement choisies pour des sites à vocation commerciale, des .org, qui sont les extensions originellement destinées aux associations ou autres organismes non marchands, ou encore des .net (entreprise du Web), .biz, etc.

À noter : le plus souvent, ces extensions génériques sont ouvertes à tous, aucun justificatif (identité, localisation...) n'est exigé lors de la demande de réservation.

– les extensions par secteur d'activité ou géographiques (.paris, .bzh, .basketball, .music...).

Important : pour ces extensions, comme pour certaines extentions nationales, le déposant peut être amené à motiver sa demande en fournissant certains justificatifs (par exemple, pour .paris, le déposant doit justifier qu'il réside dans la région Île-de-France, qu'il y exerce son activité ou bien qu'il possède un lien d'attachement direct ou indirect avec cette région). L'enregistrement est ensuite soumis à une commission du registre pour évaluer la légitimité de la

demande.

Le choix d'une extension tient principalement à la stratégie commerciale de l'entreprise. L'Afnic (Association française pour le nommage Internet en coopération), qui gère tous les noms de domaine en .fr, recommande, a minima, de déposer le nom de domaine choisi dans l'extension du pays visé. Ainsi, il conviendra de déposer un nom de domaine en .fr si l'activité de l'entreprise se situe en France, mais aussi en .com s'il est disponible. Et si l'entreprise envisage de s'internationaliser, il est également conseillé de réserver le nom de domaine avec l'extension du pays concerné (par exemple, .cn pour la Chine, .in pour l'Inde, etc.).

Enregistrer un nom de domaine

Avant d'enregistrer un nom de domaine, l'entreprise doit procéder à une recherche d'antériorité afin de s'assurer que ce nom est effectivement disponible.

La recherche d'antériorité

Une fois le choix du nom de domaine arrêté, il est nécessaire de vérifier s'il est disponible avant de procéder à son enregistrement. À ce titre, un nom de domaine est attribué au premier qui en fait la demande (règle du « premier arrivé, premier servi »).

En outre, le dépôt d'un nom de domaine doit être précédé d'une recherche d'antériorité, c'est-à-dire d'une recherche sur l'existence de marques ou de noms commerciaux plus ou moins proches du radical en cours d'enregistrement. Cette étape est essentielle. Car un nom de domaine ne doit pas porter atteinte aux droits détenus par d'autres personnes ou d'autres entreprises. Et il faut bien comprendre qu'une simple différence orthographique n'est pas suffisante pour échapper à

une éventuelle condamnation en cas de contrefaçon ou de concurrence déloyale. Le critère retenu par les juges étant, outre la mauvaise foi du déposant, la confusion qui peut naître dans l'esprit du consommateur.

En pratique, le déposant doit procéder à une recherche sur internet en consultant une base Whois disponible sur de nombreux sites tels que www.afnic.fr, www.gandi.net, www.nom-domaine.fr, etc. Mais attention, la disponibilité du terme en tant que nom de domaine ne signifie pas forcément qu'il peut être valablement utilisé. Car, rappelons-le, l'existence d'une marque antérieure identique ou similaire pour des produits et/ou services identiques ou similaires peut constituer un obstacle à l'utilisation du nom de domaine envisagé.

Aussi, après avoir vérifié la disponibilité du nom de domaine dans la ou les extensions choisies, il est fortement conseillé d'effectuer une recherche d'antériorité de marque. Idéalement, une telle démarche sera confiée à un cabinet spécialisé en propriété industrielle ou au service de recherche de l'Inpi (prestation payante).

La procédure d'enregistrement

Pour enregistrer un nom de domaine, le déposant doit s'adresser à un bureau d'enregistrement. À ce titre, l'Afnic propose sur son site internet un annuaire des bureaux d'enregistrement accrédités pour proposer les extensions dont elle a la charge (.fr, .re, .mq...). Le plus souvent, ces derniers proposent également d'autres types d'extensions (génériques, géographiques, secteur d'activité...).

En pratique, l'enregistrement se fait en ligne. Il suffit, tout d'abord, d'entrer le nom de domaine choisi dans le moteur de recherche du bureau d'enregistrement, d'y associer une extension, d'entrer les données permettant d'identifier le titulaire, de fournir les justificatifs nécessaires lorsqu'il

s'agit d'obtenir une extension règlementée, et enfin de solder l'opération par un paiement en ligne.

Le coût du dépôt d'un nom de domaine varie selon les fournisseurs. Il ne faut donc pas hésiter à faire jouer la concurrence. À titre d'exemple, la réservation d'un nom de domaine avec une extension en .fr ou en .com coûte autour de 15 € HT pour un an alors que pour une extension sectorielle, par exemple .paris, le prix avoisine les 45 € HT pour un an.

Attention : le dépôt d'un nom de domaine est, le plus souvent, valable pendant un an, parfois plus (jusqu'à 10 ans maximum). Le déposant doit alors penser à le renouveler. Sachant qu'en règle générale, le bureau d'enregistrement en informe le déposant quelque temps avant l'échéance.

Déclarer le nom de domaine au RCS

Une entreprise a la possibilité de déclarer son nom de domaine au registre du commerce et des sociétés.

Une entreprise a la possibilité de déclarer son nom de domaine au registre du commerce et des sociétés (RCS). Cette mention figurera alors sur l'extrait K-bis, au même titre que sa forme juridique, sa dénomination sociale, son capital social, son numéro d'identification, l'adresse de son siège social, etc. Cette mention présente de nombreux avantages. En effet, d'une part, elle permet à l'entreprise de certifier à ses partenaires commerciaux et à ses clients que ce nom de domaine n'est pas usurpé et que le site vers lequel ils sont dirigés lui appartient effectivement. Et d'autre part, elle lui permet aussi de justifier d'une antériorité d'usage du nom de domaine en question en lui conférant date certaine. En conséquence, elle pourra obtenir plus facilement gain de cause lors d'une

éventuelle action en justice contre une personne qui utiliserait illégalement le même nom de domaine.

En pratique, la déclaration du nom de domaine par une entreprise auprès du greffe du tribunal de commerce du lieu de son siège social ne nécessite ni pièce justificative (une preuve du dépôt à l'Afnic, par exemple), ni publicité légale. En cas de création d'entreprise, le dirigeant pourra déclarer son ou ses nom(s) de domaine en même temps qu'il procédera à l'immatriculation de l'entreprise au RCS. S'il s'agit d'une entreprise existante, elle pourra ajouter, modifier ou supprimer à n'importe quel moment un nom de domaine sur l'extrait K-bis au moyen d'un formulaire (Cerfa n° 14943*01) à adresser au greffe du tribunal de commerce.

Attention : bien que cette démarche soit purement déclarative, toute fausse déclaration peut être sanctionnée par une amende de 4 500 € et 6 mois d'emprisonnement.

Déposer le nom de domaine comme marque

Il n'existe pas, à proprement parler, de protection juridique du nom de domaine, sauf à le déposer en tant que marque.

Dans la mesure où il n'existe pas de régime juridique relatif aux noms de domaine, il est conseillé de doubler le dépôt d'un nom de domaine en l'enregistrant sous forme de marque.

Contrairement à la marque, le nom de domaine n'est pas un titre de propriété industrielle. En cas d'utilisation, par un tiers du nom de domaine, une action en contrefaçon n'est donc pas permise. Seule une action, plus aléatoire, sur le terrain de la concurrence déloyale peut être intentée. Raison pour laquelle il est conseillé, lorsque le nom de domaine est appelé à jouer un rôle majeur dans le développement de

l'entreprise, de le déposer en tant que marque.

Ce dépôt doit être réalisé auprès de l'Inpi dans les classes de produits et de services qui correspondent à l'activité de l'entreprise.

© 2020 Les Echos Publishing